

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, W. L., & Immanuel, D. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Calon Konsumen Cucu. *Performa*, 4(3), 360–371. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i3.1648>
- Anggraini, L. N., Kustiyah, E., & Sudarwati. (2019). Pengaruh Kualitas, Harga dan Citra Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Islam Batik Surakarta). *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntanis*, 7(1), 46–58.
- Daga, R., Ismail, N., & Maddatuang, B. (2020). Analisis Efektivitas Program Mandiri Dagang Untung pada PT . Bank Mandiri (Persero), Tbk. Kanwil Regional X Sulawesi dan Maluku. *SEIKO: Journal Pf Management & Business*, 3(3), 65–78. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/727/434>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 15–30.
- Desty Wulandari, R., & Alananto Iskandar, D. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18.
- Eriswanto, E., & Kartini, T. (2019). Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Penjualan Pada Pt. Liza Christina Garment Industry. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Teknologi*, 13(2).
- Farah Ramadhani. (2021). *Intip Data Penjualan Kosmetik Wajah Terlaris di Shopee dan Tokopedia: Brand Makeup Lokal Kuasai Pasar!* Kompas.Co.Id. <https://kompas.co.id/article/2021/09/01/>
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Hasyim, R. A. (2015). Building Purchase Decision towards Private Higher Education through Perceived Value and Institution Image. *Journal of Marketing and Consumer Research*, Vol. 7. <https://iiste.org/Journals/index.php/JMCR/article/view/19345/19654>
- Hayati, M. N. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Puspa Indah Cosmetic Magelang.*
- Huwae, Karien, M. M., Moniharapon, S., & Worang, F. G. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Avenue Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3), 3160–3169.
- Indarto, E. W., Suroso, I., Sudaryanto, S., & Qomariah, N. (2018). the Effect of

- Brand Image and Product Attributes on Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 16(3), 457–466.  
<https://doi.org/10.21776/ub.jam.2018.016.03.10>
- Jatmiko, Fadli, J. A., Mudjiarto, & Sinaga, O. (2020). Purchase Decision Making Model Based on Mental Accounting in the Day Old Chicken Industry in Indonesia. *Review of International Geographical Education*, 1(6), 1153–1166.  
<https://doi.org/10.48047/rigeo.11.06.132>
- Kiswanto, K., Pudyarningsih, A. R., & Akramiah, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Talas. *Jurnal EMA*, 4(1), 25–39. <https://doi.org/10.47335/ema.v4i1.34>
- mediaindonesia.com. (2021). *Trend Pengguna Kosmetik Meningkat, Indonesia Siap Ambil Peluang Sumber*: <https://mediaindonesia.com/ekonomi/409325/trend-pengguna-kosmetik-meningkat-indonesia-siap-ambil-peluang>.  
Mediaindonesia.Com. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/409325/trend-pengguna-kosmetik-meningkat-indonesia-siap-ambil-peluang>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83.  
<https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>
- Mushlihin, S. pd. I. M. pd. . (2012). *Pengertian Unit Analisis Dalam Penelitian*. Referensimakalah.Com. <https://www.referensimakalah.com/2012/09/pengertian-unit-analisis-dalam-penelitian.html>
- Nainggolan, F., & Hidayet, A. (2020). The Effect Of Country Of Origin, Brand Image, Price Fairness, And Service Quality On Loyalty Toward iPhone Mobile Users, Mediated By Consumer Satisfaction. *European Journal of Business and Management Research*, 5(1), 1–5. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.1.233>
- Nurchahyo, B., & Riskayanto, R. (2018). Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(1), 14.  
<https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i1.12026>
- Padilah, T. N., & Adam, R. I. (2019). Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi Di Kabupaten Karawang. *FIBONACCI: Jurnal Pendidikan Matematika Dan Matematika*, 5(2), 117.  
<https://doi.org/10.24853/fbc.5.2.117-128>
- Prakarsa, S. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen di Optic Sun's. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10180>
- Prasetya, Y., & Suryadi. (2020). Jurnal Manajemen Diversifikasi Jurnal Manajemen Diversifikasi. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 1–11.
- Purnomo, E., & Suhendra, E. S. (2020). Analisis masa kerja dan promosi terhadap kinerja karyawan BPJS Ketenagakerjaan. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(1), 32–43. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i1.13801>
- Rizki, R. (2018). PengPENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA

- TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK KOSMETIK WARDAH (Studi Kasus Konsumen Matahari Department Store Mall Ska Pekanbaru). *Jom Fisip*, 5, 1–12.
- Rosita, N., & Tahmat, T. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tong Tji Tematik Di Supermarket Borma Dago Dan Borma Cikutra*. 61–73.  
<https://doi.org/10.32897/sobat3.2021.6>
- Rustiana, & Kurniawan, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Alim. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 25–43. <http://repo.bunghatta.ac.id/id/eprint/475>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.  
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Satria, D. A., & Sidharta, H. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Porkball. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(3), 398–408.  
<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/562>
- Setiawati. (2021). Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Farmasi di BEI. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1581–1590.
- Siregar, I. N. P., & Natalia, E. (2018). Pengaruh Merek Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dvd Player Elecor Pada Pt. Cakrawala Elecorindo Medan. *Niagawan*, 7(2), 80–89.  
<https://doi.org/10.24114/niaga.v7i2.10754>
- Sugiarti, H., & Megawarni, A. (2012). Konsistensi koefisien determinasi sebagai ukuran kesesuaian model pada regresi robust. *Jurnal Matematika, Sains, Dan Teknologi*, 13(2), 65–72.  
<https://jurnal.ut.ac.id/index.php/jmst/article/view/484/472>
- Sukmayadi. (2019). Kebijakan Penetapan Harga Pada Pt. Atrindo Asia Global Bandung. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 103–110.  
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i2.44>
- Wijayani, T., Prambudi, B., & Muhammadiyah Jakarta, S. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>